

Anna ZURA

Wrocław

Obraz Czechów i innych narodów w czeskim dyskursie internetowym. Możliwe nowe auto- i stereotypy narodowe?

Keywords: national stereotypes, online discours, Czech nation

Słowa kluczowe: stereotypy narodowe, dyskurs internetowy, Czesi

Abstract

The issue of creating the images of Czechs, the Czech nation and other nations which appear in the Czech internet discourse, have been discussed in the article. The basis for understanding the linguistic image of the Czechs, are the discussions on internet forums, which on one hand can solidify in the Czech mental-linguistic consciousness the Czech self-image, and on the other constitute the base for creating new auto-stereotypes. The analysis considers also the reference of Czechs to other nations, basing on which, the process of operating the vernacular conceptualization of reality has been followed through. Basing on the analyzed linguistic material, schemes of a mental-linguistic opposition of a “us-them” type have been developed on a number of levels. These oppositions fit the linguistic definition of the stereotype. In the conclusion it has been stated that the discussions on internet forums, not only solidify the stereotypes which exist for many years in the Czech society, but may become the basis for spreading new ones, which are mostly negative and serve the purpose of a quick psychosocial assessment of a given nation.

W artykule został omówiony problem tworzenia specyficznych językowych obrazów Czechów, narodu czeskiego i innych narodów, które pojawiają się w przestrzeni czeskiego dyskursu internetowego. Podstawą odczytania językowego obrazu Czechów są dyskusje prowadzone na forach internetowych, które z jednej strony mogą utrwalać w czeskiej świadomości mentalno-językowej wizerunek własny Czechów, natomiast z drugiej strony, mogą być podstawą do tworzenia nowych autostereotypów. Analiza dotyczy także odniesienia użytkowników języka czeskiego do innych nacji, na podstawie której prześlędzono proces operowania potoczną konceptualizacją rzeczywistości. Na podstawie zanalizowanego materiału językowego opracowano schematy opozycji mentalno-językowych typu „my-oni” na kilku poziomach. Opozycje te wpisują się w lingwistyczną definicję stereotypu. W konkluzji stwierdzo-

no, że dyskusje na forach internetowych nie tylko utrwalają stereotypy istniejące od lat w społeczności czeskiej, ale mogą stać się podstawą do rozpowszechniania nowych, które w większości mają charakter negatywny i służą do szybkiej oceny psychospołecznej danej nacji.

Przestrzeń internetowa stała się w ostatnich latach tą częścią życia codziennego, która stanowi przydatne narzędzie wyszukiwania informacji, zlecenia różnorodnych usług, edukacji, sprzedaży itp. Internet stał się także medium realizacji potrzeb komunikacyjnych, nieograniczonych czasem, ani miejscem.

Komunikujemy się poprzez sieci społecznościowe, blogi, pocztę elektroniczną, komunikatory, dyskutujemy na forach internetowych. To wszystko zapewniają nam media cyfrowe, zarówno w postaci tzw. komputerów osobistych, ale także urządzeń mobilnych, takich jak noteboki, smartfony, palmtopy, tablety itp. Poprzez Internet przestrzeń komunikacyjna została w znacznym stopniu poszerzona. Już nie potrzebujemy spotkań w rzeczywistości realnej typu: tu i teraz, aby zrealizować podstawowe potrzeby związane z kontaktem i przekazaniem informacji. Komunikować się możemy wszędzie i o każdej porze, a zjawisko braku dostępu do sieci, np. Wi-Fi, staje się poważnym wyzwaniem dla młodszego społeczeństwa, sygnalizowanym przez socjologów, a zwłaszcza psychologów. Mówi się nawet o swoistym uzależnieniu od sieci i poważnych problemach związanych z brakiem do niej dostępu. W zasadzie, poprzez poszerzenie przestrzeni bycia o kolejny wymiar, czyli wymiar wirtualny, bez zdobywania terytoriów w tradycyjnym rozumieniu, możemy żyć w quasi-rzeczywistości. W niej funkcjonujemy *on-* lub *off-line*, prawie zawsze w trybie *stand-by* (trybie czuwania). W ostatnich latach nastąpiła zatem oczywista, ale jednocześnie poważna, zmiana, polegająca na zmianie form komunikacji, która spowodowała mediatyzację życia codziennego, a do niej dostosowała się większość społeczeństw, przez co media cyfrowe stały się wszechobecne.

Przestrzeń wirtualna pozwoliła także na wytworzenie nowych narzędzi umożliwiających, oraz w dużym stopniu ułatwiających, komunikację.

Wraz z rozwojem mediów cyfrowych i ekspansją sieci internetowej lingwiści stanęli przed zadaniem zbadania tychże form komunikacji, a w opracowaniach fachowych sformułowano pojęcia dyskursów, wyróżniając spośród wielu ich typów, m.in. dyskurs medialny i dyskurs internetowy (por. Żydek-Bednarczuk 2013a, 2013b; także: Bucher 2015; Fraas, Meier, Pentzold, Sommer 2015 wraz z wyborem bibliograficznym; Wojtak 2015; Skowronek 2013 i in.).

W językoznawstwie światowym, europejskim i polskim powstaje wiele opracowań tego zagadnienia, przy czym wszyscy naukowcy zgodnie twierdzą, iż przestrzeń zachowań językowych i komunikacji prowadzonej w Internecie dopiero w niewielkim stopniu jest opisana i do pewnego poziomu usystematyzowana z powodu braku rozwiązań metodologicznych (por. Bucher 2015; Fraas, Meier, Pentzold, Sommer 2015; Wojtak 2015; Skowronek 2013). Okazuje się bowiem, że te części języka, które do tej pory były analizowane w postaci tekstów, w przestrzeni wirtualnej funkcjonują na innej płaszczyźnie, pojawiają się ich nowe funkcje. Istotną bowiem cechą opisu dyskursu medialnego i internetowego jest ich modalność (zwłaszcza: multimodalność) oraz interaktywność. Szczególnie w przypadku opisu dyskursu internetowego należy zwrócić uwagę na jego interaktywność, jako że materiał badawczy nie stanowi zamkniętego korpusu tekstów, które istniejąc w przestrzeni wirtualnej mogą być poddawane modyfikacjom autorskim, komentarzom czytelników, mogą w każdym czasie być poszerzane o określone konteksty (np. w postaci polecanych odsyłaczy, tzw. linków, do innych tekstów, komentarzy itp.).

Dyskurs internetowy wpisuje się w obszar dociekań mediolingwistycznych, które pozostają w fazie tworzenia narzędzi badawczych. Na gruncie polskiego językoznawstwa na uwagę zasługuje praca Bogusława Skowronka (2013), w której autor identyfikuje mediolingwistykę jako subdyscyplinę językoznawczą, będącą częścią medialnego obrazu świata (MOS; por. *Medialny obraz świata. Zagadnienia teoretyczne* 2015), a zapleczem teoretycznym dla tejże subdyscypliny jest lingwistyka kulturowa i semantyka kognitywna (por. Wojtak 2015, s. 186). W tym nurcie pozostają także opracowania Urszuli Żydek-

-Bednarczuk (2013), Marii Wojtak (2015) oraz językoznawców niemieckich (por. Bucher 2015; Fraas, Meier, Pentzold, Sommer 2015), których opracowania omawianych zagadnień zostały wprowadzone do językoznawstwa polskiego przez badaczy środowisk germanistycznych w serii „Wrocławskie studia z lingwistyki mediów” pod kierownictwem Romana Opiłowskiego (por. *Lingwistyka mediów. Antologia* 2015; Wojtak 2015, s. 187).

Komunikacja poprzez dyskurs internetowy może zachodzić na kilku płaszczyznach, podobnie jak to się odbywa w tradycyjnym rozumieniu tego zjawiska, czyli poprzez wytwarzanie różnych środków semiotycznych, które są częścią komunikowania werbalnego i wizualnego (por. Duszak, Fairclough 2008, s. 9–29). Jednak w dyskursie internetowym środki semiotyczne tworzą wiele warstw, dlatego powinien on być konceptualizowany jako multimodalna komunikacja usieciowiona (por. Bucher 2015, s. 222).

W kontekście analizy dyskursu internetowego kilka elementów musi zostać poddanych weryfikacji, przede wszystkim fakt, że semiotyka społeczna poddaje w wątpliwość arbitralność znaku: *arbitrariness is replaced by motivation* (Kress 2010, s. 67), a użycie znaku nie opiera się już na odwzorowaniu elementu oznaczanego lecz na kooperacji z adresatem znaku (Bucher 2015, s. 229). Zatem istotną kwestią w nawiązaniu i kontynuowaniu komunikacji są pewne kompetencje (kulturowe, społeczne etc., wiedza potoczna, encyklopedyczna i kontekstowa) adresatów tekstu, które mogą zmniejszać ryzyko niepowodzenia interakcji werbalnej.

Jest to o tyle ważne w analizie komunikacji internetowej, że mamy wówczas do czynienia z częściowo odmiennym sposobem realizacji jej celów.

Dyskusje odbywające się za pośrednictwem medium internetowego z jednej strony opierają się na schemacie komunikacji prowadzonej w rzeczywistości realnej, stąd możliwe jest zastosowanie instrumentów pochodzących z analizy konwersacji (por. Fraas, Meier, Pentzold, Sommer 2015, s. 257), a z drugiej strony możemy mówić o tzw. designie wypowiedzi (por. Bucher 2015, s. 230), który stanowi tryb kontek-

stualizacji komunikacji w określonych okolicznościach i obszarze. Należy jednak zauważyć, że kontekstualizacja wypowiedzi w dyskursie internetowym (dostarczenie dodatkowych elementów semiotycznych, jak graficzny zapis emocji, elementy filmowe i akustyczne, gesty, mimika w komunikacji bezpośredniej online) jest innego typu niż kontekstualizacja w konwersacji tradycyjnej, w której większość informacji przekazywana bywa pozakodowo (por. Grzegorzewska 2001, s. 148; Zura 2015, s. 217–221).

Specyfiką komunikatów werbalnych powstających w trakcie dyskursu internetowego jest to, że ma on charakter interaktywny (adresaci są zachęceni do reakcji na tekst) i jest w trakcie ciągłego tworzenia (*in process*), w którym wszyscy dyskutanci do pewnego stopnia są autorami tegoż komunikatu. H.J. Bucher zauważa, że „interaktywność jest potencjałem i sposobem realizacji jednocześnie” (Bucher 2015, s. 236).

Ponadto sama konwersacja na forum w Internecie jest hybrydą odmiany mówionej i pisanej języka (por. Jandová 2007, s. 38) i została sklasyfikowana jako trzeci stopień języka mówionego (por. December 1993; Zura 2015, s. 217; Ong 1982, 2011). Natomiast w świetle kryteriów opisujących dialog konwersacyjny (por. Boniecka 2000) należy uznać, że nie każda dyskusja w przestrzeni wirtualnej prowadzona na forum ma charakter tego dialogu (por. Zura 2015).

Zagadnieniom stereotypów w języku badacze poświęcili już sporo uwagi, odwołując się do opisu koncepcji z perspektywy socjologicznej Waltera Lippmanna (1922), jak też lingwistycznej Hilarego Putnama (1975). W polskim językoznawstwie na uwagę zasługują prace zbiorowe: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria i metodologia, analizy empiryczne* (1998), *Stereotypy i uprzedzenia* (1992), Jerzego Bartmińskiego i Jolanty Panasiuk *Stereotypy językowe* (2001) oraz indywidualne opracowania autorów: J. Bartmińskiego 1985, 2006, 2007; J. Panasiuk 2001; K. Pisarkowej 2002, a zwłaszcza książka Bartmińskiego *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne* (2007).

Zjawisko powstawania i funkcjonowania stereotypów w języku bywa najczęściej opisywane metodami wypracowanymi przez szkoły lingwistyki kognitywnej, są bowiem stereotypy przejawem językowego obrazu świata danej społeczności, częściowym odbiciem jej sposobu myślenia i doświadczeń. Istotnym elementem językowego funkcjonowania danej grupy jest także dążenie do szybkiego porozumiewania się, a stereotyp pełniący funkcję ekonomizującą (Lippmann 1992), dobrze tę potrzebę może zaspokajać. Ponadto, jedną z podstawowych funkcji stereotypu jest stabilizacja obrazu świata i programowanie zachowań jednostki w ramach grupy (funkcje psychiczne i społeczne) (por. Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 394), jednakże co jest niezwykle ważne, jak zauważają Bartmiński i Panasiuk, że stereotyp jest interpretacją i projekcją, a nie odbiciem rzeczywistości (Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 373). Natomiast jest stereotyp również „koniecznym elementem wspólnego języka i kodu kultury” (Kępiński 1990, s. 12), a także częścią wiedzy o świecie danej społeczności.

Dodatkowo w zakres znaczenia stereotypu wchodzi tzw. konotacja emocjonalna (por. Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 373; Pisarkowa 1976), co w przypadku stereotypów narodowych i rasowych ma wymiar konfliktujący (por. Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 372), zwłaszcza z przewagą niechęci do najbliższych sąsiadów (por. Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 389).

To, jak są postrzegani członkowie różnych grup etnicznych, jest zdeterminowane ogólnokulturową opozycją „swój–obcy”, a także związane z aktualnymi stosunkami i konfliktami między tymi grupami. Konflikty sprzyjają powstawaniu stereotypów, zwłaszcza złośliwych, a równocześnie posługiwanie się negatywnymi stereotypami narodowościowymi utrwała i podsyca konflikty. Ważne metodologicznie jest rozróżnienie auto- i heterostereotypów, tzn. wyobrażeń o sobie i o innych (Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 387).

Pozostając w temacie tworzenia stereotypów przedmiotem naszego zainteresowania jest zjawisko profilowania obrazów językowo-mentalnych przez naród czeski w odniesieniu do wizerunku własnego, jak i najbliższych sąsiadów.

Temat relacji polsko-czeskich, a w nim kwestię stereotypów, podjęła Elżbieta Szczepańska (2013), która także podsumowała wnioski wynikające z badań M. Balowskiego (2012), D. Bielec (2008), A. Měšťana (1995), J. Bartmińskiego 1995, J. Hlouškovéj (1995). W tym zestawie opracowań należy wyróżnić prace R. Barona (2015), A. Kroha (1995), J. Błuszkowskiego (2003), K. Nowaka (1999), T.Z. Orłoś (1996), J. Pánka (2014).

Celem niniejszego opracowania jest próba odczytania językowego obrazu Czechów i innych narodów w oczach własnych na przykładzie dyskusji prowadzonych w Internecie. Język, którym się posługują rozmówcy, ma status języka nieoficjalnego, potocznego – jest to zapis rozmowy, którego twórcami (rozmowy i zapisu) są sami dyskutanci.

Materiał językowy został wyekscerpowany wiosną 2012 roku, kiedy to media czeskie obiegrała wiadomość, że państwo polskie dostarcza na rynek czeski żywność gorszej jakości, która miałaby nie nadawać się do spożycia i być może powodować różne schorzenia.

Korpus tekstów, którym są wypowiedzi dyskutantów pod informacją medialną, został zabezpieczony w pamięci komputera autorki niniejszego opracowania, a w przestrzeni wirtualnej został usunięty w roku 2015 przez właściciela portalu. Teksty dyskusji pochodzą z jednej z najbardziej poczytnych czeskich platform internetowych: <http://aktualne.centrum.cz>¹.

Komunikaty zamieszczone na portalu już samym tytułem miały stanowić zachętę, a wręcz ofertę interakcyjną, odwołując się do reakcji emocjonalnych czytelników:

- (1) Poláci tají údaje o špatné soli v jídle. Máme důkazy (Ak.c.cz/1)²;
- (2) Pozor na zeli z Polska. Obsahuje kyselinu mravenčí (Ak.c.cz/2);
- (3) Kaufland prodával polské kakao. Nebylo to kakao (Ak.c.cz/3);
- (4) Zkažená moučka. Další potravinářský skandál v Polsku (Ak.c.cz/4);

¹ Źródła przykładów będą oznaczone skrótami: Ak.c.cz/1, Ak.c.cz/2, Ak.c.cz/3 itd. Wykaz skrótów źródeł znajduje się na końcu artykułu.

² Wszystkie cytaty zostay zaprezentowane w wersji oryginalnej, bez korekty językowej.

- (5) Potraviny s nebezpečnou solí: Poláci seznam neslíbili (Ak.c.cz/5);
- (6) Poláci tají údaje o nebezpečné soli, Česko je bezmocné (Ak.c.cz/6);
- (7) Škodlivá sůl v jídle z Polska: Úřady dál tají detaily (Ak.c.cz/7);
- (8) Krabička cigaret má stát přes 200 Kč, radí odborníci (Ak.c.cz/8).

Nie tylko jednak w emocjonalny sposób przedstawione nagłówki komunikatów miały sprowokować do wyrażenia opinii, ale też pojawiła się zachęta bezpośrednia: przycisk *diskuse*.

W trakcie analizy, która ma być próbą odczytania obrazu Czechów i innych narodów, zwłaszcza obrazu sąsiedniego narodu polskiego, będzie zrekonstruowane pole leksykalno-semantyczne zawierające się pod pojęciem CZECHY I CZESI oraz pole INNE NARODY, czyli kraje sąsiednie: Polska i Niemcy.

W wyniku systematyzacji zgromadzonego materiału możemy zatem wyróżnić kilka schematów składających się na ogólny obraz Czech i Czechów, tworzony przez dyskutantów (istnieje duże prawdopodobieństwo, że są oni narodowości czeskiej).

1. Obraz Czech i Czechów w oczach Czechów

Z materiału leksykalnego możemy skonstruować obraz przestrzeni realnej, państwa czeskiego, które oznacza „miejsce”, geograficznie określone terytorium, nienacechowane emocjonalnie, w którym Czechy, a dokładniej Republika Czeska – zgodnie z definicją encyklopedyczną – to trzy regiony: Czechy, Morawy i Śląsk – taki schemat konceptualizacji pojawił się w dyskusji internetowej.

Mieszkańcy Republiki Czeskiej to: *Češi* (Ak.c.cz/1), *Moravští Češi* (Ak.c.cz/1), *Čechuni* (Ak.c.cz/1), co pokazuje niniejsza wypowiedź:

- (9) Vážený pane, jakým nejkratším názvem chcete označit Čechy z Čech? Neetnické Moravany je nezbytné označit asi termínem „Moravští Češi“, ale jaké jméno navrhuje pro Čechy z Čech? Někteří jim říkají Čechuni... (Ak.c.cz/1).

W trakcie dyskusji powstało zatem pytanie o nazwy poszczególnych mieszkańców Republiki Czeskiej w odniesieniu do „nieetnicznych Morawian” i „Czechów z Czech”.

Interesujące, że niektórzy dyskutanci odnoszą się do legendarnych wierzeń związanych z powstaniem państwa czeskiego, którego terytorium zamieszkiwali Celtowie a współczesne terytorium Czech było kolebką tegoż plemienia:

- (10) My jsme rodiště Keltů (Ak.c.cz/6)

Obraz usytuowania państwa czeskiego nierozzerwalnie wiąże się ze świadomością przebywania w centrum (centrum kontynentu), która poprzez relację metonimiczną może wykazywać poczucie istnienia w centrum wydarzeń, ich ważności. W świadomości dyskutantów istnieje wówczas także refleksja, że owo ‘bycie w środku’ ma także negatywne strony, można bowiem być przedmiotem ataku z różnych stron:

- (11) Čechy nebudou v Unii jako nějaké paskvil... MY tu byli jako nárazníkové pásmo..MY tu byli ve středu všeho dění.... ...My jsme rodiště Keltů, my jsme měli šanci v historii ovládnout kraj...ale my tohle nechtěli, nikdá sme nechtěli ovládat..my chtěli jen žít.... -pak přišli Cyril s Metodějem,se svojí křesťanskou teorií...a zase - vnucovat lidem jejich teorii..vnucovat skrz vraždění ? Skrz Křížové výpravy ? (Ak.c.cz/6)

Także z poczuciem środka wiąże się metafora „serca”:

- (12) Koukám, že už nejsme srdce, ale popelnice Evropy (Ak.c.cz/4)

Obok poczucia bycia ‘środku’, ‘centrum’ w dyskusjach na forach internetowych pojawia się także odmienny obraz terytorium państwa czeskiego przedstawiony poprzez metaforę „śmietnika”, stanowiący swoistą opozycję przestrzenną do centrum, śmietnik jest bowiem potocznie konceptualizowany jako miejsce peryferyjne, najczęściej usytuowane na obrzeżach danej miejscowości. Metafora „śmietnika” pojawia się w kontekście relacji z Unią Europejską, gdzie wśród Czechów może powstać poczucie osadzenia na peryferiach, a centrum zostaje przesunięte do zachodniej części Europy.

- (13) [...] už aby si Evropa přestala dělat z Čech skládku odpadků!!!! Před časem to bylo ten dovoz odpadků z Německa údajně k ekologické lik-

vidaci a pak se to tu hromadilo...pamatujete,vloni...a tedko je to se závadnými potravinami z Polska...Tak u nich doma si pořádek udělají ale v klidu to dál vyváží ju??? NEEXISTUJE !!!!! Tvrďe kontrolovat už na hranicích,aby se to nedostalo k lidem a hlavně ne k našim dětem !!!!! (Ak.c.cz/1)

Ponadto, obok połączenia metafory „śmietnika” z obrazem państwa czeskiego, pojawia się metafora „popielnicy”, także przeznaczona do wyrzucania śmieci:

(14) Koukám, že už nejsme srdce, ale popelnice Evropy (Ak.c.cz/4)

W rozważaniach na temat konceptualizacji przestrzeni w wypowiedziach dyskutantów na forum występują także swoiste sformułowania o charakterze kulturowo-językowym. Do tego typu należy zaliczyć pojęcie „kocourkovo”³, które występuje w kontekście związków z Unią Europejską:

(15) Evropské kocourkovo

[...] Proč tedy dělali poláci 5 testů na stažených 953 tun potravin z obchodní sítě v Polsku? Co je zhnílého v Evropském kocourkově? Myslím, že je tady opravdu jediné řešení Vážení občané. Když si Polská strana myslí a je dokonce přesvědčena, že se neumíme bránit a závidíme jim, nekupujeme jejich výrobky v našich obchodech (Ak.c.cz/1).

Obok opisu językowego obrazu państwa czeskiego pojawiają się także odniesienia do charakterystycznych cech narodu czeskiego. Cechy te mogą być przedmiotem autostereotypu.

Na określenie cech własnych dyskutanci używają porównań, czyli są jak:

³ Właściwie: *Kocourkov*: smyšlená obec s hloupými obyvateli; takové prostředí (*Slovník spisovného jazyka českého*, 1998, red. J. Filípec, Praha: Academia, s. 137); *hanl.* Špatně fungující státní či obecní správa, charakterizovaná byrokracií a hloupostí, srov. absurdisták, kakanie, kafkárna [...] (*Slovník nespisovné češtiny*, 2006, red. J. Hugo, Praha: Maxdorf, s. 187).

(16) Neandertalczyky:

Souhlasím ,kdyby jsme kupovali české a slovenské potraviny, nechovali se jako neandrtálci, nedovázeli by se závadné potraviny vše jsme si zavinili svým hloupým přístupem. Němci by nikdy nekupovali doma jiné potraviny než svoje (Ak.c.cz/7).

(17) Owieczki:

Politika si dovolí jen to, co jí dovolí voliči a my jsme je takové ovečky ... (Ak.c.cz/7).

Jest to odwołanie do powszechnej i uniwersalnej metafory biblijnej „owieczek prowadzonych na rzeź”, która symbolizuje Czechów. W mentalności czeskich dyskutantów pojawia się zatem obraz grupy bezbronnych, która zostanie zgładzona. To, co w tym kontekście jest szczególnie interesujące, że owa grupa Czechów, uznająca siebie za bezbronne ofiary, jest zagrożona działaniami także z wewnątrz czeskiej społeczności. W tym przypadku twardą opozycją dla bezbronnych Czechów są ich politycy, a zwłaszcza rząd oraz inni rodacy, którzy nie dbają o dobro całego narodu, a jedynie walczą o własne korzyści. Są to wrogowie, inaczej zdziercy (w znaczeniu ekonomicznym):

(18) U nás je to v kšeftě jen samý vyděrač. (Ak.c.cz/1)

Następną cechą Czechów, która sami u siebie zauważają, to umiejętność szybkiego uczenia się niewłaściwych rzeczy. W tym kontekście pojawia się negatywny przykład Polaków, od których Czesi przejmują powszechnie nieakceptowane wzorce:

(19) Snaha fixlovat na všem možném je u některých Poláků už jakousi podivnou tradicí, znám to i z vyprávění svého děda i praděda a mnoha dalších lidí, co měli v tomto směru s polskými obchodníky a překupníky nějakou tu zkušenost. Těžko říct čím to je, protože ti švindlíři jsou „kupodivu“ často zároveň i bigotními věřícími, třebaže by takto snad už mohli vědět, že tím páchají těžký hřích.. :-(

Ale nejde jen o Poláky, i Češi se učí na tomto poli velmi rychle, zvláště v posledních cca dvaceti letech. ;) (Ak.c.cz/3)

Zatem Czesi uczą się „kombinowania” we wszystkim, a wzorem dla nich mogą być Polacy.

Wspomniany rząd czeski w powszechnej konceptualizacji dyskutantów na forum internetowym przyjmuje znamiona mafii, która działa tylko na własną korzyść i mogłaby być następcą mafii włoskiej:

- (20) ve vládě nesměly být jen samí mafiáni! to państwo je tento stát nástupcem italské mafie, nic se konat nebude a náš stát a vlastní národ se bude dál likvidovat a ožebračovat. (Ak.c.cz/6)

W mniemaniu osób zabierających głos na forum rząd tworzy z Czechów naród kalek i pokrak:

- (21) Naše vláda dělá z Čechů národ mrzáků (Ak.c.cz/7),
a ponadto rząd głodzi Czechów i jest gorszy niż Hitler:
(22) Naši poslanci náš národ zcela vyhladí ani nebude třeba Hitler, protože naši páni politici to dokonají za něj. (Ak.c.cz/7)

W rozumieniu czeskich dyskutantów na forum internetowym rząd uważa swoich obywateli za prosięta:

- (23) asi nás maj za prasata. Říká se, že dobrý prase všechno spase. (Ak.c.cz/2)

2. Obraz Polski i Polaków w oczach Czechów

Czesi przejawiają bardzo krytyczny stosunek do siebie samych, widząc szereg zagrożeń wewnątrz własnej społeczności. Jednak dużo większy stopień negatywizmu pojawia się w stosunku do innych narodów, wśród których pojawia się nacja polska. Możemy przypuszczać, że owa niechęć do Polaków jest bezpośrednią reakcją na artykuły zamieszczone na portalu aktualne.centrum.cz, które stanowią swoistą prowokację do wypowiedzi negatywnych o nacji polskiej.

W dyskusjach na forach internetowych mówi się o nowych formach walki i stwarzania zagrożeń poprzez działania prowadzone na polu gospodarczym. Pojęcie wojny we współczesnej konceptualizacji uległo znacznej przemianie: dziś skutecznym narzędziem walki może być wprowadzanie na rynki żywności złej jakości, która może stwarzać zagrożenie dla całych społeczeństw, a zwłaszcza mieć wpływ na zdrowie i życie najmłodszych przedstawicieli narodu.

Użyta metafora wojny pokazuje, że zaatakowani z jednej strony bronią się, a z drugiej są w fazie przygotowania do ataku na wroga. Świadczą o tym fakty językowe. Czesi mają świadomość tego, że są przedmiotem ataku:

- (24) Jsem zvědavý, letos v září jedu na túru do Polska k Baltu. Snad se neotrávím.... Uvidíme, uvidíme. (Ak.c.cz/2)

Narzędziem ataku na Czechów ze strony Polaków jest specyficzny rodzaj broni, jakim jest żywność. Dla oznaczenia polskiej żywności dyskutujący używają nazw o konotacjach negatywnych:

- (25) polský humus, polský sračky, polské svinstvo, hnůj. (Ak.c.cz/7)

W tymże koncepcie wojny pojawia się także propozycja możliwej (samo)obrony:

- (26) Zavřít hranice, nátáhnout ostnaté dráty, nabit elektrikou. Ať si svoje jedy žerou doma sami. (Ak.c.cz/1)

Nazwy Polaków występujące w tekstach również nie odznaczają się pozytywnymi asocjacjami. Wśród dyskusji na forum następuje opis "wroga", czyli opis Polaków, ich cech, którzy występują pod obelżywymi w języku czeskim nazwami *Pšonk* i *lump*:

- (27) když jsem před půl rokem na Pšonky a jejich výrobky nadával, kolik se tu na mě obořilo pšonkomilců!!! (Ak.c.cz/3)
(28) a proč bychom měli být kamarády takových lumpů? (Ak.c.cz/3)

Na uwagę zasługuje derywat: *pšonkomilec*, czyli zwolennik *Pšonków*, czyli Polaków.

W dyskusjach na wybranych forach internetowych wiele miejsca zajmują komentarze odnośnie cech polskiej nacji. Komentujący usiłują także poddać szerszemu opisowi zachowania, obyczaje i cechy Polaków, w których pojawia się tendencja do kombinatorstwa i przesadnej dewocji:

- (29) Polaci švindlíři jsou často zároveň i bigotními věřícími, třebaže by takto snad už mohli vědět, že tím páchají těžký hřích. :-(Tak poláku jsem poznal v zahraničí tolik, že poznat Polsko fakt nechci. Kradou,

lžou, fetujou, chlastaj, kurvěj se, ale v neděli tradá do kostela. Ale já jsem pro ně ten špatnej, páč se s nima nemodlim. Opravdu zvrácený hodnoty. Nejspíš i výrobci jejich jedovatých potravin mají klidný spání, protože si odříkali otčenáš, tak je jim všechno odpuštěno. (Ak.c.cz/4)

Cechy Polaků porovnávají se také do cech nací žydovské:

- (30) na Poláky se moc dobře ve světě nedívají, sice pracují kde mohou, ale pořád čekají na příležitost jak něco obejít, v tom se podobají polským židům (Ak.c.cz/1)

Jednocześnie dyskutanci, wypowiadając się w temacie cech charakteryzujących Polaków, mają tendencję do konfrontowania ich z innym sąsiadem – narodem niemieckim – na jego korzyść:

- (31) Hlavně že se nezapomenout v Polsku pokřizovat a modlit se, fanatici náboženský homofobní, to by jim šlo. To co oni posílají k nám v Německu nedávají žrát ani prasatům!!! (Ak.c.cz/3)

Opisywane są także tzw. typowe (chciałoby się powiedzieć stereotypowe) cechy polskie:

- (32) Typicky polské, že? Lepší malej (v tomto případě velké) kšeft než velká práce!! (Ak.c.cz/3)

W kontekście obrazu stosunków polsko-czeskich rysujący się schemat 'wojny' dodatkowo jest wzmocniony o przywołanie starych, historycznych już, urazów, związanych z kwestiami niegdysiejszych ziem czeskich, które aktualnie należą do Polski:

- (33) naše přirozené nepřátele, okupanty Slezska, vyhaněče našich soukmenovců z Kladska. Pryč s Polskem. (Ak.c.cz/6)

W opisywanym koncepcie wojny pojawia się jednak refleksja związana z pytaniem o powód agresywnego, w odczuciu Czechów, zachowania Polaków.

- (34) Co jsme těm Polákům udělali, proč nás chtějí otrávit? (Ak.c.cz/3)

Jeden z użytkowników forum stara się znaleźć odpowiedź na pytanie o charakterze retorycznym:

- (35) To je za to rčení že Polka patří do maštale (Ak.c.cz/3)

W toku analizy odkryto, iż Polska jest negatywnie konceptualizowana przez pryzmat innego narodu, co potwierdzone jest wyrażeniem:

- (36) Polsko je evropská Čína. (Ak.c.cz/4),

co mogłoby przywoływać asocjacje związane z wyobrażeniem słabej jakości i niskiego poziomu życia w Chinach.

Pozytywne komentarze na temat Polski i Polaków w zasadzie nie występują. Jednak należy wspomnieć, że Polacy bywają też lepiej oceniani, aniżeli Niemcy. Jeden z uczestników dyskusji zauważa, że

- (37) „normy v Polsku jsou přísnější než Německé”. (Ak.c.cz/7)

Są także osoby, które zauważają negatywną kampanię medialną w Czechach, skierowaną przeciwko Polsce. Niektórzy uczestnicy dyskusji wskazują, że prawdopodobnie chodzi o gospodarczą kampanię antypolską na rzecz Niemiec:

- (38) V Polsku mají skvělé uzeniny, pečivo, dobře se tam najíte v restauraci. Nikdo se nepře, že i tam jsou šejdiři, ale tohle je asi nějaká protipolská kampaň - polské zboží má uvolnit místo třeba tomu německému, kdo ví. (Ak.c.cz/3)

3. Obraz Niemiec i Niemców w oczach Czechów

W temacie konceptualizacji określonych nacji, zwłaszcza polskiej i czeskiej, przez uczestników rozmów na forach internetowych wydaje się, że z największym szacunkiem potraktowano naród niemiecki. Odbywało się to często poprzez konfrontację wyobrażenia na temat Niemców z obrazem Polaków oraz samych Czechów.

Niemcy stanowią pewien wzór zachowań w wielu płaszczyznach życia i w rozumieniu czeskich dyskutantów, jeżeli ten wzór byłby właściwie zastosowany, to przyniosłby Czechom bogactwo w sferze gospodarczej. Jednak da się zauważyć, że Czesi także zdają sobie sprawę z tego, że nie wszystkie sposoby zachowań są właściwe.

(39) firmy z Německa? No v Německu se chovat umějí, ale když ty samé firmy přijdou do České republiky, tak zapomenou na veškerou slušnost! (Ak.c.cz/6)

W negatywny sposób bywają także conceptualizowani Niemcy z byłej NRD:

(40) A což nám teprve tají soudruzi s NDR!!! Ty jejich bratwursty, kterými nás tady krmí jsou dozajista taky po klinické smrti u nich v regálech! Ale v česku-To se prodáááá,néé? (Ak.c.cz/6)

Jak zauważyliśmy obraz Czech i Czechów jest w zasadzie zdeterminowany przez czynniki wywołujące poczucie zagrożenia oraz wzbudzenie odruchu obronnego. W związku z tym czescy dyskutanci identyfikują wrogów, którzy są obecni wśród samych Czechów (rząd i producenci żywności), a także obserwują zagrożenie zewnętrzne ze strony Unii, Polski, częściowo Chin, w nikłym stopniu ze strony Niemiec.

W analizie relacji i tworzenia językowych obrazów narodów czeskiego, polskiego i niemieckiego w czeskim dyskursie internetowym pojawia się przede wszystkim poczucie zagrożenia wśród samych Czechów. Tworzą oni opozycje w stosunku nie tylko do Polaków, ale także w obrębie własnej nacji. Dużo korzystniej w tym porównaniu wypada obraz Niemców.

Analiza zgromadzonego materiału potwierdza, że stereotypy narodowe są tworzone w relacji „my-oni” a zbudowany pejoratywny obraz sąsiada różni się jedynie stopniem negatywizmu (ładunek emocji negatywnych ze strony czeskiej jest dużo większy w stosunku do Polaków, mniejszy do Niemców). Potwierdza się także teza, że stereotypy są „interpretacją i projekcją, a nie odbiciem rzeczywistości” (por. Bartmiński, Panasiuk 2001, s. 373) i mogą one mieć charakter konflikto-genny. Szczególnie problem ten ważny jest w sytuacji dyskursu internetowego, poprzez który owe stereotypy mogą być szybko rozprzestrzeniane i aktualizowane, co tym bardziej zwiększa ich funkcję w kształtowaniu przestrzeni negatywnej, a Internet może stać się ku temu skutecznym narzędziem i mieć wpływ na rzeczywistość realną

(pozwirtualną). Można zatem stwierdzić, że dyskusje prowadzone na czeskich forach internetowych, dotyczące cech sąsiednich nacji, nie tylko utrwalają stereotypy, które od lat funkcjonują w społeczności czeskiej (por. nazwa: *Pšonk*), ale mogą stać się podstawą do rozpowszechniania nowych, negatywnych obrazów językowych i służyć do szybkiej oceny psychospołecznej danej nacji. Narzędziem „pomocniczym” w tym celu może być dyskurs internetowy jako przykład multimodalnej komunikacji usieciowionej (por. Bucher 2015).

Skróty źródeł

- Ak.c.cz/1 *Poláci tají údaje o špatné soli v jídle. Máme důkazy* (16:25 | 18.4.2012 Tomáš Fránek); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=741472>.
- Ak.c.cz/2 *Pozor na zeli z Polska. Obsahuje kyselinu mravenčí* (16:58 | 4.5.2012 th); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=743660>
- Ak.c.cz/3 *Kaufland prodával polské kakao. Nebylo to kakao* (11:45 | 25.4.2012 pek); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=742459>
- Ak.c.cz/4 *Zkažená moučka. Další potravinářský skandál v Polsku* (14:15 | 17.4.2012 Tereza Holanová); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=741398>
- Ak.c.cz/5 *Potraviny s nebezpečnou solí: Poláci seznam neslibili* (16:33 | 13.4.2012 ČTK); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=741066>
- Ak.c.cz/6 *Poláci tají údaje o nebezpečné soli, Česko je bezmocné* (16:18 | 5.4.2012 Tomáš Fránek); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=740119>
- Ak.c.cz/7 *Škodlivá sůl v jídle z Polska: Úřady dál tají detaily* (17:28 | 22.3.2012 Tomáš Fránek); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=738319>
- Ak.c.cz/8 *Krabička cigaret má stát přes 200 Kč, radí odborníci* (12:12 | 17.5.2012 Tereza Holanová); online: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=745171>

Literatura

- B a l o w s k i M., 2012, *Postawy Polaków wobec mniejszości czeskiej i Czechów*, [w:] *Czesi*, red. L. Nijakowski, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe, s. 63–81.

- Baron R., 2015, *Szkic do czeskiego portretu Polski i Polaków (ambiwalentny stereotyp i pozytywny obraz)*, [w:] *Narody & stereotypy 25 lat później. Nowe granice, nowe horyzonty*, red. R. Kusek, J. Purchla, J. Sanetra-Szeliga, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 40–68.
- Bartmiński J., 1985, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*, [w:] *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej*, red. M. Basaj, D. Rytel, t. III, Wrocław, s. 25–53.
- Bartmiński J., 1995, *Nasi sąsiedzi w oczach studentów (z badań nad stereotypem narodowym)*, [w:] *Narody i stereotypy*, 1995, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 258–269.
- Bartmiński J., 2006, *Zmiany obrazu świata Polaków we współczesnym dyskursie publicznym*, [w:] J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Bartmiński J., 2007, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska U., 2007, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, [w:] Bartmiński J., *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 262–298.
- Bartmiński J., Panasiuk J., 2001, *Stereotypy językowe*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 371–395.
- Berting J., Villain-Gandossi C., 1995, *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 13–27.
- Bielec D., 2008, *Czescy autorzy w polskim drugim obiegu a polsko-czeskie stereotypy*, „Bohemistyka”, nr 1–4, s. 116–136.
- Błuszkowski J., 2003, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne*, Warszawa: Elipsa.
- Bokszański Z., 1997, *Stereotypy a kultura*, Wrocław: Leopoldinum.
- Boniecka B., 2000, *Strategia konwersacji*, [w:] *Struktura i funkcje pytań w języku polskim*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Bucher H.J., 2015, *Dyskurs internetowy jako multimodalna komunikacja usiecioviona. Postulat rozwinięcia paradygmatu*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wrocław–Dresden: Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, s. 221–254.
- December J., 1993, *Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net*, [w:] *Paper presented at the twelfth annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition*, University Park, Pennsylvania, July 8, 1993. On-line: <http://www.december.com/john/papers/psrc93.txt> [dostęp: 15.03.2016].

- Duszak A., Fairclough N., 2008, *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, Kraków: Universitas.
- Dźwigoł R., 2008, *Stereotypy etniczne – kryteria inności, obcości*, [w:] *Rozprawy Wydziału Filologicznego PAU, t. LXXVI: Językoznawstwo historyczne i typologiczne. W stulecie urodzin Profesora Tadeusza Milewskiego*, Kraków: UJ, s. 583–599.
- Fraas C., Meier S., Pentzold C., Sommer V., 2015, *Wzorce dyskursu-praktyki dyskursu. Instrumentarium metodyczne do jakościowej analizy dyskursu*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wrocław–Dresden: Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, s. 255–278.
- Grzegorzczak R., 2001, *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*, Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Grzenia J., 2007, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Hloušková J., 1995, *Portret Polaka w oczach Czecha*, [w:] *Narody i stereotypy*, 1995, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 47–52.
- Holý L., 1996, *The Little Czech and the Great Czech Nation: National Identity and the Post-Communist Social Transformation*, Wydawnictwo: Cambridge University Press; w języku czeskim: 2001, *Malý český člověk a velký český národ: národní identita a postkomunistická transformace společnosti*, tłum. Z. Uherek, Praha: Wydawnictwo SLON.
- Jandová E., 2007, *Konverzace na WWW chatu*, Ostrava: Ostravská univerzita.
- Język w mediach. Antologia*, 2014, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kępiński A., 1990, *Lach i Moskal. Z dziejów stereotypu*, Warszawa–Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Kreowanie światów w języku mediów*, 2007, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Kress G., 2010, *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, London–New York.
- Kroh A., 1995, *Polak, Czech – dwa bratanki*, [w:] *Narody i stereotypy*, 1995, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 43–46.
- Lippmann W., 1922, *Public Opinion*, New York: Wydawnictwo Brace and Co.
- Manipulacja w języku*, 2004, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Macrea C.N., Stangor Ch., Hewstone M., 1999, *Stereotypy i uprzedzenia*, Gdańsk: GWP.
- Medialny obraz świata. Zagadnienia teoretyczne*, 2015, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, t. 1, Lublin: Wydawnictwo UMCS.

- Mestán A. [właśc. Měšťan Antonín], 1995, *Czeski stereotyp Czechów a czeski stereotyp Polaków*, [w:] *Narody i stereotypy*, 1995, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 35–42.
- Mikulowski P., Pomorski J., 2007, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Narody & stereotypy 25 lat później. Nowe granice, nowe horyzonty*, 2015, red. R. Kusek, J. Purchla, J. Sanetra-Szeliga, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Narody i stereotypy*, 1995, red. T. Walas, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Nowak K., 1999, *Polacy i Czesi na Zaozi. Wzajemne postrzeganie i stereotypy*, [w:] *Od poznania do zrozumienia. Polacy, Czesi, Słowacy w XX wieku*, red. E. Orlof, Rzeszów: Wydawnictwo WSP, s. 53–67.
- Ong W.J., 1982, *Orality and Literacy: the technologizing of the word*, London, New York: Methuen (wyd. polskie: 2011, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Warszawa).
- Orłowski T.Z., 1996, *Wzajemne polskie i czeskie oceny oraz stereotypy narodowościowe i językowe. Przeszłość-Współczesność*, „Język Polski” LXXVI, nr 1, s. 1–10.
- Panasik J., 1998, *O zmienności stereotypów*, [w:] *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria i metodologia, analizy empiryczne*, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, „Język a Kultura”, t. 12, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki.
- Pánek J., 2014, *Czechy a Polska na progu czasów nowożytnych*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Peisert M., 1992, *Nazwy narodowości i ras we współczesnej polszczyźnie potocznej*, „Język a Kultura” t. 5, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki, s. 209–223.
- Pisarkowa K., 1976, *Konotacja semantyczna nazw narodowości*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1, s. 5–26 (przedruk: *Z pragmatycznej stylistyki, semantyki i historii języka. Wybór zagadnień*, Kraków 1994, s. 215–234).
- Pisarkowa K., 2002, *Tożsamość nosiciela stereotypów etnicznych*, „Etnolingwistyka” t. 14, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 27–45.
- Putnam H., 1975, *Mind, Language and Reality. Philosophical Papers*, vol. 2, Cambridge: Wydawnictwo: Cambridge University Press.
- Skowronek B., 2013, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

- Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria i metodologia, analizy empiryczne*, 1998, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, „Język a Kultura”, t. 12, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki.
- Stereotypy i uprzedzenia*, 1992, red. Z. Chlewiński, I. Kurcz, Kolokwia Psychologiczne, t.1, Warszawa.
- Styl medialnych dialogów*, 2013, red. S. Čmejrková, Praha: Wydawnictwo Academia.
- Szczepańska E., 2006, *Etonimy deprecjonujące a stereotypy językowe w czeszczyźnie i polszczyźnie*, „Bohemistyka”, nr 4, s. 265–272.
- Szczepańska E., 2013, *Wizerunek Czecha w »Zrób sobie raj« czy może kreowanie nowych stereotypów*, „Bohemistyka”, nr 4, s. 286–296.
- Świerczyńska D., 1996, *Stereotypowe oceny narodów w przysłowiaach polskich i krajów sąsiednich*, [w:] *Symbioza kultur słowiańskich i niesłowiańskich w Europie Środkowej*, red. M. Bobrownicka, Kraków, s. 245–253.
- Tekst (w) sieci. Tekst, język, gatunki*, 2009, red. D. Ulicka, t. 1, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślaska, t. 1, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Tyrpa A., 2006, *Apelatywizacja etnonimów*, [w:] *Onimizacja i apelatywizacja*, pod red. Z. Abramowicz, E. Bogdanowicz, Białystok, s. 261–269.
- Walczak M., 2000, *»Swój« i »obcy« w przysłowiaach i frazeologizmach narodów słowiańskich*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. VI, red. M. Białoskórska, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, s. 173–181.
- Wojtak M., 2015, *Językoznawca jako badacz mediów (zarys problematyki)*, „polskie Spotkania Językoznawcze”, nr 30, s. 177–190.
- Współczesne media. Język mediów*, 2013, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Zura A., 2015, *Dialog konwersacyjny w komunikacji na forach internetowych. Prowadzenie sporów*, [w:] *Języki słowiańskie w procesie przemian*, red. G. Olchowa i M. Balowski, Banská Bystrica: Wydawnictwo Univerzita Mateja Bela, s. 217–229.
- Żydek-Bednarczuk U., 2013a, *Dyskurs internetowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Odmiany współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków: Universitas, s. 347–379.
- Żydek-Bednarczuk U., 2013b, *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Odmiany współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków: Universitas, s. 179–197.